

GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN MATERIA DE CONSUMO



ONLINE



Duración: 60 H

Horas presenciales: 0 H

Horas online: 60 H



Familia: ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
Área: NO PRL



Dirigido a:

- Trabajadores, personas desempleadas, autónomos, personal de dirección, etc. que deseen adquirir, mejorar o afianzar los conocimientos teórico-prácticos relacionados con su puesto de trabajo o su pasada, presente o futura trayectoria laboral, con una formación académica acorde con las exigencias requeridas para realizar la acción formativa con aprovechamiento.



Objetivos:

- Señalar las instituciones, de índole pública o privada, que intervienen en la protección de un usuario o cliente. - Conocer las tareas propias de un departamento de Atención al Cliente. - Diferenciar las distintas actuaciones que puede ejercer un cliente: queja, consulta y reclamación. - Describir las fuentes de información más apropiadas para este ámbito. - Describir los diferentes documentos que se emiten en un departamento de Atención al Cliente. - Saber recibir, gestionar y responder a cualquier tipo de petición por parte del cliente o usuario. - Comunicarse de manera correcta y apropiada con todos los clientes, sea cual sea su situación respecto a la empresa. - Conocer la legislación existente actualmente y sus efectos. - Conocer en qué consiste la mediación y el arbitraje, y cuáles son sus diferencias. - Definir los implicados en un proceso de mediación y sus funciones. - Describir el proceso de mediación o arbitraje. - Conocer en profundidad el concepto de laudo arbitral. - Confeccionar un acta de mediación. - Actuar de forma correcta durante un acto de mediación o arbitraje que solicite un consumidor. - Frente a un acto de mediación, analizar la situación de forma correcta, usar las técnicas necesarias y redactar el consenso y acta adecuadamente. - Saber utilizar de forma adecuada las técnicas de comunicación en diferentes situaciones de mediación. - Afrontar de manera positiva una queja o reclamación de un cliente: aportar soluciones, escuchar activamente, informar de todos los detalles, redactar los documentos oportunos y lograr llegar a un acuerdo beneficioso para ambas partes. - Identificar las técnicas de negociación más usadas para resolver reclamaciones. - Diferenciar las etapas de un proceso de negociación. - Conocer las cláusulas de un contrato de compraventa que se pueden tratar durante un proceso de negociación. - Saber actuar de forma correcta durante una entrevista de negociación con un cliente. - En las relaciones con los clientes, seleccionar la estrategia de negociación adecuada y comportarse con rigor, usando las tácticas correctas. - Conocer

las incidencias más comunes que pueden tener lugar en una empresa. - Diferenciar los métodos habituales para conocer la eficacia de un departamento de Atención al Cliente. - Conocer las medidas de actuación y resolución de los conflictos que puedan surgir con los clientes, usuarios o consumidores. - Saber identificar los problemas del servicio de atención a clientes, actuando para mejorar y salvar la relación. - Reconocer los errores y aciertos durante el tratamiento a los clientes. - Proponer actuaciones que mejoren la actividad del departamento de Atención al Cliente. - Ejercer una buena comunicación con los usuarios.



Metodología:

Metodología basada en la realización de la formación a través de una plataforma de teleformación o e-learning, permitiendo al alumn@ interactuar con el tutor/a, a través de tutorías personalizadas y otras herramientas como chat, foros, etc., desde un desarrollo planificado y sistematizado de la acción formativa, permitiendo al alumno realizar la formación desde cualquier lugar y a en todas las franjas horarias, evitando así desplazamientos pudiendo conciliar vida familiar y laboral. El contenido se basa en paquetes SCORM, vídeos, actividades, exámenes, etc.



Contenidos:

- 1 Marco de protección del cliente, consumidor y usuario en consumo
 - 1.1 Normativa en defensa del consumidor
 - 1.2 Instituciones y organismos de protección al consumidor
 - 1.3 Procedimientos de protección al consumidor
- 2 Atención y gestión de consultas, reclamaciones y quejas en consumo
 - 2.1 Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente
 - 2.2 Documentación de los departamentos de atención al consumidor
 - 2.3 Procedimiento de recogida de las quejas y reclamaciones-denuncias
 - 2.4 Normativa reguladora entre empresas y consumidores
 - 2.5 Proceso de tramitación y gestión de una reclamación
 - 2.6 Métodos usuales en la resolución de quejas y reclamaciones
 - 2.7 La actuación administrativa y los actos administrativos
 - 2.8 Cuestionario: cuestionario de evaluación
- 3 Mediación y arbitraje en materia de consumo
 - 3.1 Conceptos y características
 - 3.2 La mediación
 - 3.3 El arbitraje de consumo
 - 3.4 Procedimientos de arbitraje en consumo
 - 3.5 Documentación en procesos de mediación y arbitraje
 - 3.6 Cuestionario: cuestionario de evaluación
- 4 Comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones en consumo
 - 4.1 Conceptos
 - 4.2 Caracterización del cliente-consumidor-usuario ante quejas y reclamaciones
 - 4.3 Comunicación en situaciones de consultas, quejas y reclamaciones
 - 4.4 Herramientas de comunicación aplicables al asesoramiento y la negociación de conflictos de consumo
- 5 Negociación y resolución ante queja y reclamación
 - 5.1 Objetivos en la negociación de una reclamación
 - 5.2 Técnicas utilizadas en la negociación de reclamaciones
 - 5.3 Caracterización del proceso de negociación
 - 5.4 Planes de negociación
 - 5.5 Cuestionario: cuestionario de evaluación
- 6 Control de la calidad del servicio de quejas y reclamaciones
 - 6.1 Tratamiento de las anomalías
 - 6.2 Procedimientos de control del servicio
 - 6.3 Indicadores de calidad
 - 6.4 Evaluación y control del servicio
 - 6.5 Análisis estadístico
 - 6.6 Cuestionario: cuestionario de evaluación

6.7 Cuestionario: cuestionario final